

## 第8章 県産品復旧・復興支援対策

### 第1節 はじめに

マグニチュード9.0の大地震と、その後に発生した大津波により、沿岸部を中心として本県農林水産業及び食品製造業が甚大な被害を受けた。また、比較的被害の少なかった内陸部などの事業者は、生産を再開したものの、主要道路等の被害、ガソリンの不足等により、流通機能が大幅に低下したため、販売機会の確保が急務となった。

その後、交通網の復旧、沿岸事業者の復旧・復興の進展に伴い、県産品の生産が着実に回復していく中で、事業者の販路の確保・拡大に加え、福島第一原子力発電所の事故に伴う風評被害への対応も喫緊の課題となり、様々な機会を捉えて販売の支援を行った。

### 第2節 食関連事業所等の被災状況

#### 1 食品製造業の被災状況等

##### (1) 被害及び復旧の状況

震災前、食品製造業は841社有り、29,906人の従業員により、5,732億円の製造品出荷額を創出していた。

震災後は、社団法人宮城県物産振興協会などの関連団体等と連絡を取り被害状況の把握に努め、約200社の状況を把握するとともに、被害額を約1,000億円と推計した。

また、平成23年度の製造品出荷額は3,260億円程度と推計しており、食品製造業における施設の復旧や販路の確保等が強く求められている。

##### (2) 食品製造業復興チームを組織

平成23年7月に食品製造業復興チーム(3名)を組織。食品製造業者が施設設備の復旧に要する経費や、水産加工業者における震災による原材料調達先変更で生じた掛かり増し経費への支援を補助金交付により実施した。

交付においては、事業者の状況を把握するとともに、必要に応じて商談会等の販路支援や融資情報等の提供に努めた。

<平成23年度の状況>

○中小企業等グループ施設等復旧整備事業	交付決定事業者数	42社
○中小企業施設設備復旧支援事業	交付決定事業者数	170社
○食品加工原材料調達支援事業費	交付決定事業者数	11社

##### (3) 民間事業者による生産再開支援 / 株式会社デンソー

魚介類の保存に欠かせない冷凍コンテナでトラックの荷台に載せるタイプのものを漁業向けに改良して提供を受けた。

特に支援が届きにくい小規模な漁港を中心に配置され、コンテナはワカメや海苔、牡蠣、氷の冷凍保存など、水産業の多様な場面で活用されている。

県では、コンテナ配置希望地との調整及び株式会社デンソーとの配置調整を行った。



気仙沼水産加工業協同組合の冷凍コンテナ

<配置先（冷凍・冷蔵庫仕様に改良された7台）>

宮城県漁業協同組合志津川支所	(南三陸町)	氷, 養殖用餌の冷凍保存
宮城県漁協協同組合宮戸支所	(東松島市)	ワカメ等の冷凍保存
宮城県漁業協同組合宮戸西部支所	(東松島市)	牡蠣, 海苔の冷凍保存
宮城県漁業協同組合閑上支所	(名取市)	氷の冷凍保存
牡鹿漁業協同組合	(石巻市)	氷の冷凍保存
塩釜市漁業協同組合	(塩竈市)	牡蠣等の冷凍保存
気仙沼水産加工業協同組合	(気仙沼市)	カツオ等の冷凍保存

## 2 県内卸売市場の被災状況等

### (1) 震災による県内卸売市場の被害及び復旧の状況

地震発生当日より市場関係者への連絡や地方振興事務所担当者への聞き取りにより卸売市場の被害状況の把握に努めた。

仙台市中央卸売市場本場・花き市場については、地震による施設及び設備の被害は受けたものの、関係者が一丸となって復旧作業にあたり、震災の翌日から生鮮食料品の取引を再開した。また、食肉市場では、と畜場の施設・設備が大きな被害を受け、と畜ができない状況が一時続いたが、仮復旧工事により、と畜及び取引を再開しながら施設・設備の本復旧に着手した。

地方卸売市場（水産物産地市場を除く。）については、地震による施設・設備の被害は受けたものの、大きな被害は無かったことから、ほとんどの市場が震災の翌日から数日以内に取引を再開し、交通が混乱し物資が不足する中、生鮮食料品の供給に努めた。

各卸売市場においては、地震による被害を受けながらも救援物資の供給への協力や生鮮食料品流通の早期回復に努め、市場の公益的役割を果たした。

### (2) 被災した卸売市場の災害復旧工事に対する支援

地震による施設・設備の被害状況及び被害額について、東北農政局に随時情報提供を行うとともに、国に対して卸売市場の災害復旧工事に対する財政支援を要望した。その結果、国における平成23年度第1次補正予算「卸売市場施設災害復旧事業（補助金の名称は「農業・食品産業強化対策整備費補助金」）」により、中央卸売市場については3分の2、地方卸売市場については2分の1の補助を受けられることとなった。

本県では、仙台市中央卸売市場本場・花き市場、仙台市中央卸売市場食肉市場、塩釜地方卸売市場が事業を活用し、被害を受けた施設・設備の復旧を行った。

表 卸売市場施設災害復旧事業

市場名	事業内容	災害査定状況	事業実施状況
仙台市中央卸売市場本場・花き市場	電気、排水設備、道路等の応急復旧、シャッター、扉、通路等の本復旧	H23. 11. 17～18 実施 申請額 452,318 千円 調査結果 443,421 千円	H24. 5 完了
仙台市中央卸売市場食肉市場	電気、排水設備、機械等の復旧、崩落危険建物の解体・改築	H23. 2. 8～10 実施 申請額 1,043,759 千円 調査結果 983,892 千円	H25 完了予定
塩釜地方卸売市場	内壁、構内舗装等の復旧	H23. 10. 31～11. 1 実施 申請額 7,892 千円 調査結果 4,598 千円	H24. 3 完了 事業費 7,995 千円 交付金額 3,807 千円 ※

※交付金額を2,299千円（査定額×1/2）から3,807千円（補助対象事業費7,614千円×1/2）へ変更決定したものの。



写真 地震による被害を受けた施設の様子



写真 災害査定の様子

### 第3節 県が実施した販売支援対策

#### 1 震災直後の販路確保

##### (1) 「復興へ頑張ろう！みやぎ物産展」

平成23年5月16日から5日間、宮城県庁1階ロビーにおいて、「復興へ頑張ろう！みやぎ物産展」を開催した。

出展者の募集、調整、広報などは県が行い、25団体に販売機会を提供した。出展者は、県産品の販売やお客様との交流を通じて、被災地の情報発信や生産意欲の向上を図った。



写真「復興へ頑張ろう！みやぎ物産展」当日の状況

##### (2) 宮城県災害対策本部応援都道府県への復興支援物産展等の開催要請

全国から宮城県災害対策本部へ応援のため派遣された職員に対し、宮城県産品の利用、物産展やアンテナショップ等での宮城県産品の販売への協力についての依頼文を発出した。

その結果、三重県、広島県、徳島県など多くの都道府県で復興応援フェア等が開催された。

##### (3) 「食材王国みやぎ」地域食材発掘・販路拡大事業（県庁1階販売会）

震災発生直後から休止を余儀なくされていた本事業は、平成23年4月に再度スケジュール調整等を行い、5月30日から再開した。9月までは、比較的被害の少なかった内陸部市町村中心の出展となったが、10月以降は、気仙沼市をはじめ、沿岸市町も出展するなど、復興の着実な歩みを県民に示す機会となった。

表 平成23年度県庁1階販売会実績

実施回数	35週（36回）
実施団体数	22団体（8市10町1課3地方振興事務所等）



写真 過去最高の売上を記録した気仙沼市の販売会  
(平成23年11月28日～12月2日)



写真 復興した水産関係商品が並ぶ石巻市の販売会  
(平成24年1月30日～2月3日)

#### (4) 楽天販売会

当初予定されていた平成23年4月23日と24日の開催は中止となったものの、県内事業者等の協力もいただき、5月からの開催が可能となり、9月まで、月1回の土日開催で計10日間実施した。

なお、販売会の開催にあたっては、テントに「復興へ頑張ろう！みやぎ」のロゴを掲出するとともに、株式会社ファーストリテイリング（代表取締役会長兼社長 柳井正氏：東京都港区）から無償提供を受けたTシャツの着用などにより、関係者が一丸となった復興への取組をアピールした。

表 平成23年度楽天販売会

月	日	実施市町村等
5月	28(土), 29(日)	大和町, 美里町, 宮城県認証食品
6月	11(土), 12(日)	仙台市, 石巻市, 登米市, 丸森町
7月	16(土), 17(日)	栗原市, 大崎市, 丸森町, 色麻町
8月	27(土), 28(日)	蔵王町, 宮城県認証食品, 登米「道の駅」連絡会
9月	24(土), 25(日)	石巻市, 川崎町, 加美町
合 計		延べ17団体



写真 津波に流された缶詰を販売  
(平成23年5月)



写真 Tシャツ着用によるPR  
(平成23年7月)

(5) 首都圏企業等への宮城県産品活用要請について

平成23年7月に、宮城県に本社を有し東京都に事務所を置く企業等に対し、販売促進グッズとしての県産品の活用等を要請したほか、これまで社内販売を開催した事業所等に対して、県産品の利用促進などについて依頼を行った。

(6) 復興へ頑張ろう！みやぎまるごとフェスティバル2011

開催中止も懸念されたが、県民一丸となって復興への歩みを進めることを目的として、「復興への力強い一歩」、「心のふれあい」をテーマに平成23年10月15日～16日の2日間開催した。

被害の大きかった沿岸部の市町も数多く出展していただいたことから、115団体の出展となり、県内各地の豊かな食材や加工品、伝統工芸品の展示、販売や体験コーナーなどを展開し、来場者との交流を通じて復興への新たな活力とすることができた。



写真 復興へ頑張ろう！みやぎまるごとフェスティバル2011

2 商談会による販路回復の支援

(1) 「食材王国みやぎ」みやぎ復興ビジネス商談会の開催

県産品の販路拡大による復旧・復興支援を目的に株式会社七十七銀行と共催で平成23年11月14日に開催した。

例年6月に同様の商談会を開催しているが、震災後間もないことから、県内食品製造事業者の復旧状況を見ながらの開催となった。

なお、株式会社七十七銀行の協力により納入事業者の出展料を無料とした（例年は3万円又は5万円）。

当日は、94社の納入企業、53社の仕入企業が参加し、展示とともに583件の個別商談を実施し、その結果、84件の取引が成立した。



写真 商談会の様子

(2) 「食材王国みやぎ」みやぎ復興ビジネス商談会フォローアップ

平成24年3月15日に石巻地域において、11月の復興ビジネス商談会に参加した企業の仕入担当者を中心に、食品製造事業者とのマッチングを実施した。

現地で復興状況を直に感じながら、応援マインドを高める中で、食品製造事業者からの個別提案の機会を設けた。



写真 仕入担当者が製造現場を確認

写真 個別商談の様子

具体には、首都圏等の仕入担当者を石巻地域に案内し、生産現場を紹介するとともに、石巻地域で復旧した食品製造事業者7社と仕入担当者との個別情報交換会を行った。

当日は、食品製造事業者から商品を仕入担当者にPRしながら、仕入担当者から商品づくりのアドバイスを受けた。

(3) 食材王国みやぎの逸品商談会の開催

平成24年2月1日から3日間、県産食品の首都圏を中心とした県外への販路拡大を目的に、国内最大級の食品展示会であるスーパーマーケットトレードショーに出展した。

県内22社の食品製造事業者の参加のもと、「食材王国みやぎ」をPRするとともに、知事メッセージや会場装飾等を通して復興に向かっている状況報告と復興支援への感謝を伝えた。

取引先リストを全て失った沿岸部のある出展者は、会場で取引先との再会を喜び、早々に取引開始となっているケースもあった。参加した22社において57件の取引が成立した。



写真 商談会の様子

また、スーパーマーケットトレードショー主催者から被災地支援企画として、大会公式ガイドに知事メッセージ掲載と合わせて出展事業者の商品が無料で掲載されるとともに、会場において被災県専用の復興支援ラウンジが設けられた。ラウンジは商談に活用されたほか、被災3県知事のメッセージビデオが放映された。

3 全国各地からの復興支援の申し出への対応

(1) 復興支援物産展等への対応

震災直後から、県及び社団法人宮城県物産振興協会に対し、自治体、企業等から復興支援の物産展、フェア、県産品の購入の申し出があり、協会と連携して対応にあたった。また、県は、支援団体等の要請により、のぼり、法被などの貸出や県産品等のポスター、パンフレットの提供などを行うとともに、必要に応じて現地の販売対応なども行った。

この結果として、平成24年3月末現在で、計708件の申し出に対応し、約6億2,122万円の売上を記録した。

表 復興支援物産展等対応件数（平成24年3月末まで）

受付	食産業振興課	大阪事務所	宮城県物産振興協会本部	宮城ふるさとプラザ	合計
件数	72	107	181	348	708



写真 東芝本社での物産展（平成23年5月）



写真 東京メトロ銀座駅での物産展（平成23年5月）

(2) 「がんばろう！宮城 復興応援米」の販売PR

平成23年6月、東日本大震災の被害（荷崩れ等）を受けた玄米について、宮城米取扱米穀業者の企画により「がんばろう！宮城 復興応援米」（5kg入）のパッケージで発売された。発売に当たりPR用ポップの作成の他、6月2日の発売初日には村井知事も出席し、仙台市内の量販店で米穀事業関係者による発売オープニングセレモニーが開催され、当該商品をPRした。

表 「がんばろう！宮城 復興応援米」について

販売期間	平成23年6月2日～平成24年1月
販売数量	17,912トン



写真 オープニングセレモニーの様子



5円/kgの支援金付き

4 宮城の物産と観光展の開催

県外主要都市（年間5ヶ所）で開催している「宮城県の物産と観光展」は、予定していた「そごう千葉展」（平成23年3月15日から21日）及び「そごう横浜展」（平成23年4月5日から11日）の中止を余儀なくされた。

しかし、「そごう広島展」（平成23年9月29日から10月5日）以降、「名古屋名鉄展」（平成24年1月18日から24日）、「東急東横展」（平成24年2月2日から8日）、「そごう千葉展」（平成24年3月13日から19日）は、通常どおり開催することができた。また、中止となった「そごう千葉展」及び「そごう横浜展」についても、百貨店からの御支援、御協力により、平成23年10月にそれぞれ開催した。

物産展の開催にあたっては、各出展者に放射能の自主検査を要請するなど、安全・安心な県産品の提供に努めるとともに、復興へ向かって歩みを進める宮城の「いま」を全国の皆様に発信する機会となった。また、一時減少した出展者数についても、平成24年1月以降はほぼ例年並みに回復した。



写真 名古屋名鉄展（平成24年1月）



写真 そごう千葉展（平成24年3月）

## 5 宮城県アンテナショップ「宮城ふるさとプラザ」の対応

東日本大震災から復旧、復興する事業者の販路確保の拠点及び本県支援の窓口として、重要な役割を担い、アンテナショップとしての機能を十分に発揮した。

震災直後は物流が機能しない状況に陥っていたが、復興支援を目的とした商品購入が毎日続くようになり、店の在庫がほとんどなくなる状況となった。

3月下旬から4月にかけて物流が徐々に回復し、常温の商品から順次入荷を再開したが、朝入荷して夕方には商品がなくなるといった状況が続いた。

復興支援機運の高まる中、取扱商品を選定する審査を簡略化し、震災で販路を失った事業者の商品を積極的に取り扱うことで、県内食産業の復旧・復興に寄与した。

店舗内での販売のほか、復興支援を目的とした、百貨店での催事や企業での支援イベント等への出張販売、及び法人・個人の商品の買い上げ等の多くの申し入れに対し、限られた人員ながら積極的に対応し、店舗外における販路確保にも努めた。

こうした取り組みにより、平成23年度の売上げは6億8,505万円（対前年比164%）となり、過去最高を記録した。

また、震災の2日後から開始した募金については、県出身者をはじめとする多くの方の協力の結果、平成24年3月末日で2,700万円を超える状況となった。

さらに、全国ネットのテレビ放送をはじめ、新聞や雑誌など、数多くのメディアに「宮城ふるさとプラザ」が取り上げられたことにより、宮城の現状を発信する拠点としての役割を担った。

写真 商品が完売し、空になった陳列棚  
宮城ふるさとプラザ1階（平成23年3月20日）写真 新日本プロレス田口隆祐選手（岩沼市出身）  
と有志の選手による募金（平成23年3月27日）

## 6 地産地消PR資材の作成、配布

復興応援の機運の醸成を図るため、復興応援のぼりを作成し、県内の量販店やコンビニエンスストア、直売所等に配布を行うとともに、復興イベント等への貸出を行った。



## 7 緊急雇用創出事業

### (1) 食材王国みやぎ地産地消普及拡大事業

食材王国みやぎ地産地消推進店と連携し、復興応援キャンペーンを3回実施（8月、12月、2月）した。また、併せて県産食材のニーズ調査を実施するとともに、県産食材と推進店を紹介するガイドブック（2万部）を作成し、ホテル、旅館等の宿泊施設、飲食店等に配布した。

- 参加店舗数
  - 8月 58店舗（キャンペーン参加希望の推進店）
  - 12月 170店舗（被災店舗以外の地産地消推進店）
  - 2月 110店舗（キャンペーン参加希望の推進店）
- 被災失業者の新規雇用10名（雇用予定8名以上）



キャンペーンチラシ      ガイドブック

### (2) 食材王国みやぎ販売支援事業

量販店で県産農林水産物及び県内企業の加工品の販売促進活動を実施した。

- 販売促進活動回数 延べ228回
  - うち農林水産物の販売促進回数 延べ159回
  - うち加工品の販売促進回数 延べ69回
- 被災失業者の新規雇用4名（うち1名辞職）



写真 販売促進活動の様子

### (3) 宮城県産品販売促進事業及び宮城県産品販路拡大事業

仙台、東京、大阪に営業担当者を計4名、また、東京と大阪には、販売従事者を計2名雇用することにより、県産品の販路確保及び拡大を図った。

### (4) 地方振興事務所（地域事務所）事業分

- ① O S A K I 地域食材PR・販路拡大事業（北部地方振興事務所）
 

県産食材の消費拡大、風評被害の払拭を目的に大崎地域食材のPR活動を実施した。
- ② 気仙沼・南三陸地場産品元気です事業（気仙沼地方振興事務所）
 

震災の被害が少ない農産物や、わずかでも震災を免れた水産物等の地元食材を復興イベント等で販売し、地元産品の認知度向上と圏域の復興をアピールした。

## 8 食品輸出関係

### (1) 海外における宮城県産農林水産物及び加工品の輸入規制

震災による生産能力の低下や原発事故に伴う風評により、県産農林水産物及び加工品の輸出は、ほぼ全面的にストップした。

中でも原発事故の影響は大きく、各国は日本産食品の輸入に関してそれぞれ規制をかけた。特に、福島第一原子力発電所から距離が近い地域の食品については、より厳しい規制がかけられ、本県産の食品についても、中国をはじめとするいくつかの国・地域で輸入停止となり、輸入が可能な国・地域においても放射線検査証明書の添付を求められるケースが多くなった。

## 宮城県産食品の輸入規制の状況（H24.3.30現在）

- ① 全面停止：中国，マカオ，ニューカレドニア，クウェート，サウジアラビア，モーリシャス  
 ② 一部食品の全面停止：UAE（生鮮品），ロシア（水産品），アメリカ（牛肉製品・しいたけ），  
 韓国（きのこ類），ギニア（乳製品・水産品）  
 ③ 放射線検査証明書等の添付：EU，EFTA，韓国，タイ，ブラジル など  
 ④ 輸出先での検査強化：台湾，香港，オーストラリア（野菜のみ）など

## （2）県における輸出証明書の発行

輸出される食品について，政府間協議が整った国・地域に対しては，政府発行の輸出証明書の添付により食品の輸入が認められることとなった。このことに伴い，各都道府県は農林水産省からの依頼に基づいて，輸出証明書を発行することとなった。

輸出証明書は，大きく分けて，日付証明，産地証明，検査証明の3種類であり，いずれも「当該食品が放射性物質の影響を受けていないこと」の証明を求めるものであった。

輸出証明書は平成23年6月から発行を始め，平成24年3月末までに308件を発行した。

輸出証明書発行状況（H24.3.30現在）					
国・地域	発行件数				主な品目
	日付証明	産地証明	検査証明	計	
E U	14	0	236	250	味噌，醤油，日本酒，パックごはん
E F T A	1	0	4	5	日本酒，乾麺
シンガポール	1	2	0	3	味噌，醤油
韓国	1	3	18	22	日本酒，味噌，醤油，冷凍食品
マレーシア	0	14	9	23	日本酒，冷凍麺，配合調味料
タイ	1	0	1	2	日本酒
ブラジル	0	0	3	3	日本酒，油
合計	18	19	271	308	
（説明） ・日付証明：平成23年3月11日以前に生産・加工されたものであること。 ・産地証明：各国・地域が定める都道府県以外で生産・加工されたものであること。 ・検査証明：放射能検査の結果，各国・地域で定める基準を下回っていること。					

## （3）国に対する要望

県産食品の輸出が停滞し，県内の食品輸出関連事業者の被害が甚大であったことから，国に対して風評の払拭と各国・地域による過剰な規制の撤廃について，宮城県食品輸出促進協議会と連携して要望を行った。

## 第4節 民間事業者等と連携した販売支援対策

## 1 県産農林水産物及び加工品の取扱拡大の要請

震災，原発事故による需要の減少や風評被害が一部でみられたため，平成23年6月に地域活性化包括連携協定企業8社（福島本社の株式会社ヨークベニマルを除く。）に対し，県産農林水産物及び加工品の取扱拡大の協力を要請した。また，県民一人ひとりが「食べて応援しよう」を合い言葉に，更なる地産地消の普及拡大を推進するため，平成23年9月に県内の主な小売店10社に対し，地産地消フェアの開催等を要請した。

- 地域活性化包括連携協定締結企業 9 社 ※括弧内の日付は協定締結日  
 (株)セブン-イレブン, (株)イトーヨーカ堂, (株)ヨークベニマル (H21.7.22) (株)ローソン (H21.7.27),  
 (株)サークルKサンクス (H21.8.5), (株)ファミリーマート (H22.4.23), イオン(株), イオンリテール(株), ミニストップ(株) (H22.11.2)
- 主な小売店 10 社  
 イオンリテール(株), (株)ウヰエスパー, (株)イトーヨーカ堂, (株)エコープ宮城, (株)西友, みやぎ生協, (株)つかさ屋,  
 (株)ヨークベニマル, (株)ヤマザリ, (株)モリヤ

2 民間事業者等と連携した支援対策 ～被災事業者・生産者支援～

(1) 「食材王国みやぎ地産地消市場」の開設 /

社団法人宮城県物産振興協会・仙台放送株式会社

東日本大震災からの復興を支援するため、「～がんばろう！宮城～食材王国みやぎ地産地消市場」を開設し、県産品の販売促進や地産地消の推進、さらには事業を再開した事業者の販路拡大を支援した。

- 開設期間：平成 23 年 6 月 3 日～平成 24 年 3 月 31 日
- 実施機関：社団法人宮城県物産振興協会, 株式会社仙台放送
- 開設場所：マールロードおおまち「レゼル百反ビル」(平成 23 年 6 月 3 日～12 月 1 日)  
 常陽銀行仙台支店の隣「常陽仙台第二ビル」(平成 23 年 12 月 9 日～平成 24 年 3 月 31 日)



写真 レゼル百反ビル



写真 常陽仙台第二ビル

(2) 震災復興カタログ /

ヤマトホームコンビニエンス株式会社

ヤマトホームコンビニエンス株式会社では全国 10 地域の担当者を集めて復興支援プロジェクトを立ち上げ、販売面からの宮城県を含む東北 3 県の被災事業者支援を行った。

具体的には、知事のメッセージとともに宮城県産品を紹介したカタログ及びチラシを作成し、販売した。

カタログは平成 23 年 7 月と 11 月に、チラシは平成 24 年 3 月に作成され、2 回目のカタログまでで 1 万 5 千件以上の受注があった。

同時にインターネットサイトによる販売も実施しており、こちらは平成 25 年 1 月時点でも継続している。

県ではメールマガジンによる周知及び商談会の開催を通じて、県内食品製造業者とヤマトホームコンビニエンス株式会社との橋渡しを行った。



カタログ (7 月発行)

## (3) 商談会開催 /

## 三菱食品株式会社（開催時は株式会社菱食）

三菱食品株式会社（平成23年7月1日に株式会社菱食から三菱食品株式会社に社名変更）が平成23年度に開催した食品展示会において、「食べよう東ほくっ！」コーナーを設置し、本県をはじめとした東北の産品を取引先（小売業、外食産業等）に紹介するとともに、各取引先へ「東北フェア」の開催を提案した。会場では、知事のメッセージ入りパネルとともに東北の産品が紹介された。

東京（平成23年6月22～23日）、札幌（平成23年7月13～14日）、大阪（平成23年7月19～20日）、名古屋（平成23年7月27日）、仙台（平成23年8月9日）、金沢（平成23年8月25日）の6会場で開催された。

なお、県では、知事写真・コメントを準備したほか、東京会場の対応を行った。（東京事務所対応。）



写真 商談会会場の様子

## (4) Rebirth 東北フードプロジェクト / 三菱地所株式会社

三菱地所株式会社（代表取締役社長 杉山博孝氏：東京都千代田区）では、東日本大震災において大きな被害を受けた東北エリアの食材・食ブランドを応援する「Rebirth 東北フードプロジェクト」を、東京・丸の内シェフズクラブ<sup>1</sup>（会長 服部幸應氏：東京都千代田区）の協力を得て、平成23年11月にスタートさせた。

具体的な活動としては、11月14日に仙台ロイヤルパークホテル（仙台市泉区）などで、丸の内シェフズクラブのシェフによる東北エリアの食材を上手に生かした料理のコツ等を伝授する料理セミナー、東北エリアの食材<sup>2</sup>の新たな魅力を創出するような新メニューを開発、ビュッフェスタイルで提供する食事会を開催し、大きな被害を受けた東北エリアの食材の魅力を発信した。



参加者と談笑するシェフ(泉パークタウンピオにて)



創作メニューを振舞う(仙台ロイヤルパークホテルにて)

（写真は三菱地所「Rebirth 東北フードプロジェクトイベントレポート」サイトから）

<sup>1</sup> 「丸の内シェフズクラブ」は「食育丸の内」の一環として、食に関するさまざまな舞台で幅広く活躍する服部幸應氏を会長に丸の内エリア中心に店舗を構えるレストランシェフ26人が食に関する提案・発信を目指すために発足。新しいレストランのあり方、食に関する意識・技術の向上、生産者・消費者・シェフをつなぐ場の提供など、食に関するあらゆることに取り組む。

<sup>2</sup> 使用された食材：塩竈ひがしもの(メバチマグロ)、えごま豚、縄文地鶏、米粉麺、松島白菜、白石温麺、メカジキ、ふゆみずたんぼ米、マーブルポーク、ありが豚、大河原町産もち豚

また、平成24年2月20日から3月4日にかけて、丸ビル（東京都千代田区）1階の丸の内カフェ ease 内に、11月に開発したメニューをアレンジし、提供する期間限定店舗「はらくっつい宮城食堂」をオープン。料理とともにメニューレシピや使用された食材<sup>3</sup>の生産者に関するメモなどが配布され、首都圏において宮城県の食や食材に触れる機会の提供があった。

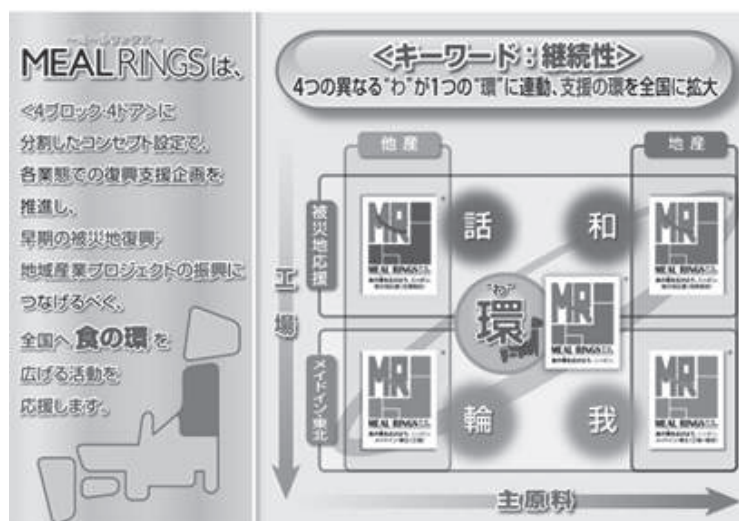


「はらくっつい宮城食堂」で提供されたメニュー（三菱地所「食育丸の内」サイトから）

県は、これらの活動が円滑に行えるよう、県産食材（生産地、旬の時期、特長等含む）、生産者・仕入先等の紹介とともに、後援名義の使用承認、イベントの情報発信などの形で協力した。

#### （5）MEAL RINGS～食の環（わ）を広げよう、ニッポン。～ / 株式会社日本アクセス

株式会社日本アクセス（代表取締役社長 田中茂治氏：東京都品川区）では、東日本大震災の復興に向けた継続的な支援活動として「MEAL RINGS（ミールリングス）」事業を企画し、「食の環を広げよう、ニッポン」を合言葉に日本アクセスPB（プライベートブランド）商品に復興支援ロゴマークをつけ、その売上の一部（商品1品につき1円相当）を支援金として被災各県へ寄贈し、被災地の早期復興と食品関連産業の振興に向けた、「食」を通じた被災地復興プロジェクトを平成23年11月にスタートさせた。このプロジェクトは、平成25年3月まで展開される予定である。



「MEAL RINGS」ロゴと取組概要（日本アクセス「MEAL RINGS」サイトから）

具体的な活動としては、対象商品23品目（全てPB商品）を3グループに分け、第1グループ4品目を平成23年11月1日から、第2グループ10品目を同年11月21日から、第3グループ9品目を翌年1月10日から、それぞれ復興支援ロゴマークを掲載し販売を開始した。

事業開始初年度（平成23年度）の寄付金目標額としていた200万円を超える、2,117,094円の寄付があった。

また、同プロジェクトの一環として、株式会社日本アクセスが開催する東日本春季展示商談会（平成24年1月18日～19日：さいたまスーパーアリーナ）に、「食材王国みやぎ」ブースを設け、県内事業者が無料で出展・商談を行える機会の提供があった。

<sup>3</sup> 使用された食材：塩竈メバチマグロ（塩竈市）、漢方豚（栗原市）、ほうれん草パウダー（登米市）、マーブルポーク（栗原市、大崎市、加美町）、ふゆみずたんぼ米（大崎市）、ひとめぼれ米粉（加美町）、仙台雪菜（名取市）、蔵王里芋（蔵王町）

宮城県からは16事業者<sup>4</sup>が参加し、来場された流通・卸・飲食店仕入れ担当者に向けた県産食材のPRを行うことができた。

県では、これらの事業や出展会の紹介や参加事業者の募集告知などの橋渡し役を担った。



写真「食材王国みやぎ」ブース外観  
(さいたまスーパーアリーナにて)



写真「食材王国みやぎ」ブース  
(さいたまスーパーアリーナにて)

#### (6) 復興応援キリン絆プロジェクト / キリンホールディングス株式会社

キリンホールディングス株式会社<sup>5</sup>(代表取締役社長三宅占二氏：東京都中央区)では、東日本大震災への支援として、義援金4億円、飲料水約120万本(500ml換算)などの支援物資の提供に加え、被災地の復興にキリングループをあげて継続的に取り組むべく、3年間(平成26年10月まで)で約60億円を拠出して、「復興応援キリン絆プロジェクト」を統一スローガンに、復興の段階に応じた支援を展開することとなった。

キリングループとしては、「農業の復興・再生に向けた基盤整備」、「養殖業の復興・再生」などをテーマに、「地域食文化・食産業の復興支援」を展開していくほか、「子どもの笑顔づくり支援」、「心の体の元気サポート」といった大きな3つの幹で活動を実施することとなった。

平成23年度は、みやぎ生活協同組合(仙台市泉区)、ハウス食品株式会社(東京都千代田区)とのコラボレーション企画で、県産のトマトやパプリカを使用した「夏の元気カレーフェア」(7月15日)の開催、キリンビール株式会社(東京都渋谷区)の「キリン『今こそ! 選ぼうニッポンのうまい! 2011』プレゼントキャンペーン」(9月12日~11月30日)での県産ギンザケのPRなどで県産食材の魅力を強力に発信した。

また、これらの活動の他に、7月から9月の間、仙台市などに社員ボランティア計200名を



写真 カレーフェア開催時の会場(みやぎ生協八幡町店)の県産食材の商品棚

<sup>4</sup> (株)阿部長商店(気仙沼市:水産加工), (株)海祥(仙台市:水産加工), (有)川口納豆(栗原市:納豆製造), (株)甘仙堂(名取市:菓子製造卸), 五光食品(株)(塩竈市:食品製造販売), (有)今野醸造(加美町:味噌・醤油製造), 仙台味噌醤油(株)(仙台市:醸造), (株)高砂長寿味噌本舗(石巻市:味噌・醤油製造), (株)八葉水産(気仙沼市:水産加工), (株)ぶりん(仙台市:菓子製造), (株)湧水(蔵王町:ミネラルウォーター製造) 山田乳業(株)(白石市:乳製品製造), コンセプトリンク(株)(石巻市:製菓製パン製造), (株)高浜(塩竈市:練り製品製造), (株)ダイチ(栗原市:食肉販売), (株)パティスリードバラディ(仙台市:洋菓子製造)

<sup>5</sup> 麒麟麦酒(株), メルシャン(株), キリンビバレッジ(株), 協和発酵キリン(株), キリン協和フーズ(株), 小岩井乳業(株)など21の事業会社とキリングループオフィス(株)など3つの機能分担会社で構成

派遣し、被災地支援活動を展開した。

県では、これらの事業を円滑に展開できるよう、生産者等の紹介や情報発信などの支援を行うとともに、次年度以降の農・水産業の基盤整備の支援に向けた個別支援候補団体等の調整など庁内関係各課と連携して対応した。

なお、キリンビール株式会社とは、平成18年から「MKプロジェクト」<sup>6</sup>をスタートさせており、県内飲食店向けの「食材王国みやぎ通信」の発行や、SENDAI 光のページェントでの「キリンほっとスペース」の展開などで、地産地消の推進や県産食材のPR、販路の拡大と多方面にわたり協力、支援があった。



写真 カレーフェア主催者全員での  
フォトセッション



写真 県産ギンザケをPRするキリンビールマーケ  
ティング宮城支社長の松本氏(左)と村井知事

### (7) 東北かけはしプロジェクト

/ 株式会社セブン&アイ・ホールディングス，キリンビール株式会社

株式会社セブン&アイ・ホールディングス<sup>7</sup>（代表取締役社長 村田紀敏氏：東京都千代田区）及びキリンビール株式会社（代表取締役社長 磯崎功典氏：東京都渋谷区）では、被災地の復興に向け、単なる店頭での販売企画ではなく、多くのステークホルダーを巻き込み、刻々と変化する復興支援の課題やニーズに対応し、応援消費ではなく共感消費に移行させ真の復興支援機運を醸成することを目的に「東北かけはしプロジェクト」を平成23年11月にスタートさせた。

プロジェクトの特長としては、3年間という長期的視点で、行政やメディアを巻き込みながら、被災地エリアと協調した取組を展開することとしており、東北食材を活用したメニュー提案、東北応援に繋がるテーマと被災企業商品を景品に採用したキャンペーンを実施し、話題性



写真 イトーヨーカドー仙台泉店でのイベント風景

<sup>6</sup> キリン一番搾り「宮城の牡蠣」編のテレビCM放映(H18.8)を契機に、互い(宮城県とキリンビール)の有する得意分野を活用し、CMと連動した県産食材のPRを行い、地産地消や販路拡大の推進に連携して取り組み、その効果を最大限に発揮させ、宮城県の食関連産業の振興に資することを目的に、Miyagi・Kirin プロジェクトが始まる。

<sup>7</sup> (株)イトーヨーカドー、(株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)そごう・西武、(株)ヨークベニマル、(株)セブン銀行、(株)ロフトなど海外法人を含め46法人で構成

のある企画と知事等県幹部の参加によるPRイベントの実施などで構成していくこととした。

平成23年度は、第1弾（平成23年11月7日～13日）として、イトーヨーカドー仙台泉店（仙台市泉区）及び同石巻あけぼの店（石巻市）で知事等の参加による記者発表会、物産展<sup>8</sup>、郷土料理や新米の試食会などを開催した。また、イトーヨーカドー津久野店（大阪府堺市）でもキックオフイベントを展開した。第2弾（平成24年3月5日～4月30日）は、食品メーカー協賛・参加各社57社、展開商品数約600アイテムと、多くの食品メーカーの協賛各社との連携により、全国のセブン-イレブン約13,700店舗、イトーヨーカドー約160店舗等においてクローズドキャンペーンを実施した。

県では、これらの事業が円滑に展開できるよう、イベントなどでの賑やかしのための人的協力や被災企業・商品の復活情報等の提供、イベント企画段階での助言など庁内関係各課も巻き込みながら連携して対応した。



写真 イトーヨーカドー石巻あけぼの店でのイベント風景



写真 イトーヨーカドー津久野店での参加者全員でのフォトセッション

## 第5節 風評への対応

### 1 県産農林水産物等イメージアップ推進事業の創設と実施

県は大規模な被害を受けた県産農林水産物等が被災前の状況に回復するまでの間、生産者団体や農林水産関係団体等が実施するメディアの活用やイベントの開催・出展による県産農林水産物等のPR活動、海外バイヤーとの取引再開に向けた取組などを支援する事業を創設した。平成23年度は仙台牛銘柄推進協議会、全国農業協同組合連合会宮城県本部等6団体が実施したイベント開催や記事広告の掲載など計18の取組を支援した。



写真 仙台牛安全安心賞味会の様子



雑誌（トランゲールH23年11月号）への広告掲載

<sup>8</sup> 物産展には、(有)もちべえ(大崎市)、(株)JA加美よつばラドファ(加美町)、(株)山形屋商店(登米市)、(株)きちみ製麺(白石市)、(株)高政(女川町)、(株)阿部長商店(気仙沼市)、仙台味噌醤油(株)(仙台市若林区)、(株)布施商店(石巻市)の県内事業者8社が参加



## 2 宮城の食の安全・安心PR

平成23年10月15日、「復興へ頑張ろう！みやぎまるごとフェスティバル2011」のオープニングにおいて、知事による「食材王国みやぎ安全確保宣言」及び知事と全農宮城県本部長による「宮城米出陣式」を行い、宮城の食の安全・安心をPRした。



写真 食材王国みやぎ安全確保宣言



写真 宮城米出陣式

## 3 仙台・宮城「食と観光」首都圏大キャラバンでの県産食材PR

平成23年11月15日、震災発生以降、全国からの支援に対する感謝のメッセージを伝えるとともに、宮城の食と観光の「安全・安心」を強く首都圏において発信し、宮城の元気な姿をアピールすることを目的に、県内の農林水産業者・観光業者や市町村などが共同で「仙台・宮城『食と観光』首都圏大キャラバン」を開催した。

JR東京駅周辺や都庁等で宮城や宮城米、仙台牛などのPRイベントを開催するとともに、農林水産省内の食堂では、ひとめぼれの新米やサンマを提供し、宮城の美味しい食材のPRを実施した。



写真 都内で宮城米PRイベントを開催



写真 農水省の食堂で提供されたサンマ定食（ディスプレイ）

## 第6節 その他

前述の取組を行う中で、震災直後から多くの様々な業態の企業、全国各地の自治体等から、各種フェアやイベントの開催等、本県産品の販売機会の提供等の申し出が多数寄せられた。県では、これらの申し出が、県内の生産者や事業者にとって真に必要なものかを判断するため、「復興応援フェア等の対応方針」（平成23年6月17日策定）を定め、この対応方針に沿って適切に対応した。

## 復興応援フェア等の対応方針

平成 23 年 6 月 17 日 食産業振興課

## 1 趣旨

東日本大震災の復興支援の一環として、各方面から、各種フェアやイベントの開催等、本県産品の販売機会の提供等の申し出が多数寄せられており、県としても、本県の生産者、事業者及び団体等がこうした機会を適切に活用できるよう、応分の役割を果たすことが求められている。

一方で、販売条件等の面で必ずしも生産者や事業者の利益にならない場合もあり、申し出に対応する際には、その内容を十分に見極める必要がある。

そのため、このような様々な申し出等に対する県の対応方針を定めるもの。

## 2 県の役割

県は、以下に掲げる視点に立ち、各方面から寄せられる復興応援フェア等の申し出の内容を整理して対応の可否を判断するものとし、対応すると判断した場合は、必要な調整を行った上で、県内の生産者、事業者及び団体等に取り次ぐこととする。

また、県としても、必要に応じて積極的な提案等を行うものとする。

- (1) 直接的又は間接的に被災した県内の事業者等の販路の確保及び復興の支援
- (2) 地域及び事業者全体に関する情報の発信
- (3) その他

- ① 「品薄」な水産分野の県産品のファンをつなぎ止める
- ② 「健在」な農・林・畜産分野の県産品を強気にプロモーションする
- ③ 「食材王国みやぎ」の地域イメージを高揚する
- ④ 「工芸品」・「観光」など県全体の経済への波及や復興への貢献にも配慮する
- ⑤ 「風評被害」の払拭にも必要に応じて配慮する

## 3 県としての対応の可否を判断するための主な項目

県が対応すべきかどうかについては、以下の項目を基本として、申し出の内容を総合的に勘案し、判断するものとする。

- (1) 実施目的
 

復興応援フェア等の目的が、本県の生産者や事業者の販路の確保・拡大、復興支援等に資するものであると認められること。
- (2) 実施主体
 

申し出が当事者からなされていることを確認の上、当該実施主体の事業（本業）実績が十分にあり、経営が公正かつ適法に行われている（過去に問題を起こしていない）と認められること。

また、復興応援フェア等を公正かつ適切に実施する能力（資金、組織体制、社会的信用性等）があると認められること。
- (3) 実施方法
 

復興応援フェア等は、実施目的に沿った方法で実施されるものであり、違法又は不当な方法によるものではないこと。

また、特定の消費者や事業者等に負担や利益が偏ることがないように措置されていること。
- (4) 販売条件
 

復興応援フェア等における販売条件が、通常取引条件と比較して同等程度又は有利であると認められること。（例：買取販売方式、出展者旅費等の支給、その他生産者や事業者等の負担を軽減する措置等）
- (5) 実施場所
 

復興応援フェア等は、情報発信力や集客力等の観点から、首都圏、関西圏、中京圏等の主要マーケットで実施されることが望ましいことから、これらの地域を優先すること。

ただし、県内や他の地域であっても、地域特性や各種効果を勘案し、可能な範囲で対応するものであること。
- (6) 開催期日
 

復興応援フェア等の開催期日が重複することも多いため、人的な体制や準備期間の確保等が可能かどうかについても確認する必要があること。
- (7) 実施効果
 

売上見込、宣伝効果、費用対効果、その他の影響・波及効果やそれらの相乗効果等についても考慮すること。また、取引・購買の継続性が期待できること。
- (8) その他
  - ① 季節のイベント、伝統行事、その他の催事や観光誘客等との連動性が高いこと。
  - ② 実施場所において推測される客層の嗜好性（又は指向性）と本県産品がマッチすること。

**4 県として対応すると判断した場合の措置**

県は、復興応援フェア等に対応すると判断した場合は、各種情報等の取り次ぎや提案のほか、必要に応じて広報活動への協力や人的応援等を行い、実施効果を高めるものとする。

**5 県として対応しないと判断した場合の措置**

県は、復興応援フェア等の申し出の内容について精査した結果、対応しないと判断した場合は、当該申し出者に対して、感謝の意を伝え、現状では対応が難しいことを説明して理解を得るよう努めるとともに、必要に応じて「食材王国みやぎ」ホームページの活用等を御案内するほか、今後も御支援いただけるようお願いするものとする。